

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian.....	15
1. Manfaat Akademis.....	15
2. Manfaat Praktis	15
a. Informasi Strategis.....	15
b. Peningkatan Reputasi	16
c. Peningkatan Layanan Pelanggan	16
d. Optimasi Anggaran Promosi.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
A. Konsep dan Teori	17

1. <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	17
a. <i>Pengertian Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	17
b. <i>Fungsi Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	18
c. <i>Tujuan Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	20
d. <i>Manfaat Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	20
2. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	21
a. <i>Pengertian Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	21
b. <i>Fungsi Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	23
c. <i>Tujuan Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	24
d. <i>Manfaat Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	24
3. <i>Promosi</i>	26
a. <i>Pengertian Promosi</i>	26
b. <i>Dimensi dan Indikator Promosi</i>	27
4. <i>Online Customer Rating</i>	30
a. <i>Pengertian Online Customer Rating</i>	30
b. <i>Dimensi dan Indikator Online Customer Rating</i>	31
5. <i>Online Customer Review</i>	33
a. <i>Pengertian Online Customer Review</i>	33
b. <i>Dimensi dan Indikator Online Customer Review</i>	35
6. <i>Minat Beli</i>	37
a. <i>Pengertian Minat Beli</i>	37
b. <i>Dimensi dan Indikator Minat Beli</i>	38
B. Kajian Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Berpikir	44
1. <i>Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli</i>	44
2. <i>Pengaruh Online Customer Rating Terhadap Minat Beli</i>	45
3. <i>Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli</i>	46
4. <i>Pengaruh Promosi, Online Customer Rating, Online Customer Review, Terhadap Minat Beli</i>	48
D. Hipotesis	51

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
A. Metode dan Pendekatan	52
B. Jenis dan Sumber Data.....	54
1. Jenis Data	54
2. Sumber Data	54
C. Populasi dan Sampel.....	55
1. Populasi	55
2. Sampel.....	56
D. Operasional Variabel	58
1. Variabel Penelitian.....	58
a. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	59
b. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	59
2. Operasional Variabel	60
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
1. <i>Library Research</i> (Studi Kepustakaan)	62
2. Kuesioner	63
F. Teknik Analisis Data	64
1. Analisis Uji Instrumen	65
a. Uji Validitas.....	65
b. Uji Reliabilitas	67
c. Statistik Deskriptif	70
2. Analisis Deskriptif.....	70
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
4. Analisis Uji Hipotesis.....	73
a. Uji t (Parsial)	73
b. Uji f (Simultan).....	75
5. Analisis Determinasi	76
6. Tempat dan Waktu Penelitian.....	77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
A. Hasil Analisis Data Penelitian	78
1. Analisis Uji Instrumen Penelitian	78
a. Statistik Deskriptif.....	79
b. Uji Validitas	83
c. Uji Reliabilitas.....	88
2. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian.....	90
a. Analisis Indeks Promosi	93
b. Analisis Indeks <i>Online Customer Rating</i>	95
c. Analisis Indeks <i>Online Customer Review</i>	97
d. Analisis Indeks Minat Beli	99
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	101
C. Hasil Uji Hipotesis.....	103
1. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik T)	103
2. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)	106
3. Hasil Uji Koefisien Determinasi	108
D. Pembahasan.....	109
1. Pengaruh Promosi (X1) terhadap Minat Beli (Y) Peserta Gimb Foundation.....	109
2. Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> (X2) terhadap Minat Beli (Y) Gimb Foundation	111
3. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X3) terhadap Minat Beli (Y) Gimb Foundation	114
4. Pengaruh Promosi (X1), <i>Online Customer Rating</i> (X2), dan <i>Online Customer Review</i> (X3) terhadap Minat Beli (Y) Gimb Foundation	117
BAB V PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122

B. Saran	124
1. Saran Terkait Promosi	124
2. Saran Terkait <i>Online Customer Rating</i>	125
3. Saran Terkait <i>Online Customer Review</i>	125
4. Saran Terkait Minat Beli	126
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN	134



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Total Biaya Promosi *Marketing* LKP GIMB

<i>Foundation</i> Tahun 2023	6
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel Penelitian	60
Tabel 3.2 Tabel Skala Pengukuran Kuisioner	64
Tabel 3.3 Tabel Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas.....	68
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	77
Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif	79
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	81
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Pelatihan	83
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Promosi (X1)	85
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Rating</i> (X2)	86
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Review</i> (X3).....	87
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)	88
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Semua Variabel.....	89
Tabel 4.11 Interpretasi Nilai Index	91
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Responden atas Variabel Promosi	93
Tabel 4.13 Hasil Hasil Jawaban Responden atas Variabel <i>Online Customer Rating</i>	95
Tabel 4.14 Hasil Hasil Jawaban Responden atas Variabel <i>Online Customer Review</i>	97
Tabel 4.15 Hasil Hasil Jawaban Responden atas Variabel Minat Beli	99
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	101

Tabel 4.17 Perolehan Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-T)	103
Tabel 4.18 Perolehan Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	106
Tabel 4.19 Hasil Perolehan Uji Koefisien Determinasi	109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik pembelian jasa pelatihan di LKP GIMB Foundation	
Tahun 2023	4
Gambar 1. 2 Sosialisasi Pelatihan GIMB x Harris Hotel Pontianak	7
Gambar 1. 3 Sosialisasi LKP GIMB Foundation kepada Masyarakat	8
Gambar 1. 4 Grafik Rata-Rata Rating Pelatihan LKP GIMB Foundation	
Tahun 2023	9
Gambar 1. 5 Grafik Jumlah Review Pelatihan LKP GIMB Foundation	
Tahun 2023	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing Skripsi.....	134
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	135
Lampiran 3. Format Kuesioner Penelitian.....	136
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Penelitian.....	147
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	164
Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis	167

